

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber informasi kini dapat lebih mudah didapatkan mulai dari media cetak, televisi, radio, hingga internet. Melalui media-media tersebut, kita dapat memperoleh informasi beragam mengenai kehidupan masyarakat seperti mode pakaian, rambut, musik sampai gaya penyanyi atau bintang film. Tak terkecuali informasi mengenai kehidupan para artis idola baik pada saat mereka di depan layar maupun dalam kehidupan sehari-hari, hal ini memfasilitasi penggemarnya untuk mengetahui perkembangan berita tentang idola mereka dan tetap merasa selalu berinteraksi dengan idolanya tersebut (Istikomah, 2012, dalam Kusuma, 2013).

Fenomena terbaru yang terjadi saat ini adalah fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave* yang terjadi di seluruh penjuru dunia, tak terkecuali di Indonesia. *Korean Wave* atau *Korean Fever* merujuk pada peningkatan secara signifikan popularitas budaya Korea Selatan di seluruh dunia sejak abad ke 21. *Hallyu* atau *Korean Wave* pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui *korean pop culture* ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet dan televisi (Sari, 2012).

*Korean wave* sendiri mulai menerpa Indonesia pada tahun 2002 melalui popularitas drama seri Korea seperti *Endless Love*, *Full House*, dan *Winter Sonata*. *Korean Wave* semakin menyebar luas dengan hadirnya industri musik yang menyajikan berbagai *genre* musik seperti *pop*, *dance*, *hip hop*, *electro pop*, *rock*, *R&B*, *electric music*, serta *dance*. Karena keunikan tersendiri atas musik yang berasal dari Korea Selatan ini maka istilah *Korean Pop* atau *K-Pop* mulai menyebar luas. Kegandrungan akan musik *Korean Pop* atau *K-Pop* merupakan bagian yang tak terpisahkan dari *Korean Wave* (Simbar, 2016). Banyak

selebriti khususnya *boyband* dan *girlband* dari Korea Selatan yang popularitasnya telah menembus batas dalam negeri dan terkenal hingga ke berbagai negara. Berdasarkan survei yang dibuat oleh *Korean Business Research Institute* (2018), beberapa *boyband* yang menduduki puncak popularitas di tahun ini diantaranya adalah *BTS, EXO, Wanna One, BTOB, JBJ, iKon, Seventeen, Super Junior, Highlight, SHINee, dan INFINITE*. Sedangkan untuk *girlband*, diantaranya adalah *BLACKPINK, Twice, Red Velvet, SNSD, GFriend, Mamamoo, EXID, F(X), Girl's Day, dan Apink*.

Salah satu *boyband* dari Korea Selatan yang paling terkenal adalah *Bangtan Sonyeondan/Bangtan Boys/Beyond The Scene (BTS)*. Pencapaian-pencapaian yang telah diraih dan kesuksesan *boyband* ini membuat BTS disebut sebagai "*The World's Biggest Boyband*" dan dikatakan dapat menandingi kesuksesan The Beatles (CNN.com, 2019). Kesuksesan BTS ini tentu tidak terlepas dari interaksi mereka dengan penggemar serta peran penggemar mereka yang setia mendukung dan mengikuti kegiatan mereka. Dilansir dari CNN.com (2019), BTS sering kali membagikan momen-momen mereka baik di pekerjaan atau kegiatan sehari-hari mereka kepada seluruh penggemar mereka dan secara intens mengunggahnya ke media sosial seperti *youtube, instagram, dan twitter*. Selain itu, mereka juga bersikap ramah dan menghargai penggemar-penggemar mereka dan di beberapa acara mereka secara khusus mengucapkan terima kasih kepada penggemar-penggemar mereka karena selalu mendukung BTS. Keramahan dan interaksi yang intens dengan penggemar tersebutlah yang membuat BTS berbeda dari *boyband* atau *girlband* K-Pop lainnya.

BTS memiliki basis penggemar yang sangat besar di seluruh dunia. Kumpulan penggemarnya memiliki julukan *ARMY* yang merupakan singkatan dari *Adorable Representative MC for Youth*. Melalui akun *twitter* resmi mereka, BTS memiliki jumlah *follower* lebih dari 20.000.000 dari seluruh dunia dan semakin bertambah setiap harinya. *KoreaBoo* (2017) mencatat bahwa Indonesia berada di posisi ke-4 sebagai negara

dengan jumlah penggemar *BTS* terbanyak di dunia. Jumlah *follower* salah satu akun *twitter fanbase* *BTS* Indonesia berjumlah lebih dari 23.000 orang dan belum termasuk penggemar yang tidak aktif di *twitter* atau tidak mem-*follow* akun *twitter* tersebut. Berdasarkan informasi dari jumlah *follower* beberapa akun *twitter* atau *instagram fanbase* *BTS* dari beberapa kota di Indonesia, Bandung merupakan kota dengan jumlah penggemar *BTS* terbanyak. Selain itu, penggemar *BTS* di Bandung juga masih aktif untuk mengadakan *gathering* khususnya ketika salah satu anggota dari *BTS* berulang tahun, para penggemar *BTS* yang tergabung dalam *fanbase ARMY* Bandung sempat merayakan ulang tahunnya dengan menampilkan video selamat ulang tahun dari para penggemar dan ditayangkan melalui videotron di Jalan Wastukencana, Bandung (Tabloidbintang.com, 2017). Popularitas *BTS* juga membuat para penggemarnya ingin mengoleksi beragam pernik-pernik yang berhubungan dengan *BTS* sehingga dibukalah salah satu toko di Bandung yang khusus menjual pernik-pernik berkaitan dengan *BTS* bernama *Whycut K-Pop Store* dan selalu laku di pasaran (Kumparan, 2018). Menurut Detik.com (2019), rata-rata penggemar *BTS* berada di usia remaja, khususnya remaja perempuan.

Menurut WHO (2015), remaja adalah tahap transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa dan berkisar di antara usia 10 tahun sampai dengan 19 tahun. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, usia remaja berkisar antara 10 tahun sampai dengan 18 tahun dan belum menikah. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), rentang usia remaja adalah 10 tahun sampai dengan 24 tahun dan belum menikah. Steinberg (2002) membagi masa remaja ke dalam tiga kategori, yaitu remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir. Periode remaja awal berkisar antara usia 11 hingga 14 tahun, remaja tengah berlangsung pada usia kira-kira 15 hingga 18 tahun, dan remaja akhir yang terjadi pada usia 18 hingga 21 tahun. Remaja yang sering dikatakan dalam proses pencarian jati diri akan senantiasa mencari sebuah contoh yang mereka anggap menarik.

Masyarakat menjadi tempat bagi mereka untuk memainkan peran yang substansial dalam upaya mereka membentuk identitas (Erikson dalam Feist & Feist, 2010). Salah satu obyek yang remaja anggap menarik adalah para selebriti (Santrock, 2003, dalam Kusuma, 2013). Remaja cenderung akan menginternalisasikan nilai-nilai yang ada pada idolanya tersebut kedalam dirinya. Sehingga remaja sering berperilaku seperti tokoh idealnya dengan meniru sikap maupun perilakunya dan bahkan merasa seolah-olah menjadi seperti mereka. Dalam proses perkembangan identitas diri remaja, sering dijumpai juga bahwa remaja mempunyai *significant other* yaitu seorang yang sangat berarti, seperti sahabat, guru, kakak, bintang olah raga atau bintang film atau siapapun yang dikagumi. Orang-orang tersebut menjadi tokoh ideal (idola) karena mempunyai nilai-nilai ideal bagi remaja dan mempunyai pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan identitas diri. Tokoh ideal tersebut dijadikan model atau contoh dalam proses identifikasi (Soetjiningsih, 2004). Peran media cukup besar dalam kaitannya menghubungkan antara penggemar dan selebriti favoritnya. Hal tersebut menimbulkan hubungan parasosial atau hubungan satu arah dengan tokoh yang ditampilkan media. Bentuk hubungan parasosial yang saat ini terjadi pada kalangan remaja adalah *celebrity worship* (Maltby, Houran, McCutcheon, 2003). *Celebrity worship* atau pengidolaan terhadap selebriti sebagai seorang idola merupakan hal yang normal pada masa remaja (Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, dan Ashe, 2004). Menurut McCutcheon, Lange, dan Houran (2002), *celebrity worship* mencapai puncaknya pada usia remaja, dan menurun perlahan pada usia dewasa.

Menurut McCutcheon, Lange, dan Houran (2002), *celebrity worship* merupakan hubungan parasosial atau satu arah yang dibangun oleh individu terhadap selebriti yang didorong oleh *psychological absorption* (delusi akan hubungan yang actual dengan selebriti idola) dan *addiction* (adanya kebutuhan untuk terlibat dan memiliki hubungan yang semakin lama semakin kuat dengan selebriti idola). *Celebrity worship* dibagi menjadi tiga tingkat

yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. *Entertainment-social* merupakan tingkat pertama dari *celebrity worship* dimana keterlibatan penggemar dengan idolanya bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan penggemar terhadap bakat, sikap, perilaku, dan hal yang telah dilakukan oleh selebriti tersebut. *Intense-personal* merupakan tingkat kedua dari *celebrity worship* yang menggambarkan perasaan yang intensif, kompulsif, dan hampir mendekati perasaan obsesif terhadap idola. Penggemar memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang idolanya, mulai dari berita terbaru hingga informasi yang bersifat pribadi mengenai idolanya. *Borderline-pathological* merupakan tingkat paling tinggi atau mendalam dari *celebrity worship*. Hal ini digambarkan dalam sikap seperti kesediaan untuk melakukan apapun demi idola meskipun hal tersebut melanggar hukum; penggemar mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan idolanya, serta mulai memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional mengenai idolanya.

Perilaku seorang penggemar remaja terhadap idolanya tentu tidak terlepas dari faktor kepribadian yang memengaruhinya. Setiap remaja memiliki kepribadian yang unik dan khas yang dapat memengaruhi perilaku mereka terhadap idola. Perilaku yang dihasilkan ada yang masih bersifat wajar namun ada juga yang dapat sampai ke arah patologis dan irasional. Feist dan Feist (2010) mendefinisikan kepribadian sebagai sebuah pola yang relatif menetap, *trait*, disposisi, atau karakteristik dalam individu yang memberikan beberapa ukuran yang konsisten tentang perilaku. *Trait* individu menunjukkan pola konsisten dalam menentukan cara individu berpikir, merasa, dan bertindak laku (Pervin, 2005, dalam Edwina, 2012). McCrae dan Costa (dalam Feist, 2010) mengungkapkan adanya lima *trait*, yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experiences*. *Trait-trait* ini akan menentukan pola interaksi yang terjadi pada remaja, baik dalam hal bagaimana remaja

menghayati/merespon/bertingkah lakudengan situasi lingkungan di sekitarnya (Edwina, 2012).

Beberapa penelitian telah melakukan penelitian mengenai korelasi *celebrity worship* dengan *trait* kepribadian *big five*. Maltby, Lowinger, dan McCutcheon (2011) terhadap 329 responden usia 18-62 tahun yang terdiri 165 laki-laki dan 164 wanita di Inggris mengemukakan bahwa tingkat *entertainment-social* memiliki korelasi positif dengan *extraversion*, tingkat *intense-personal* memiliki korelasi positif dengan *neuroticism*, sedangkan *borderline-pathological* tidak memiliki korelasi dengan kelima *trait* kepribadian tersebut. Penelitian lainnya dilakukan McCutcheon, Rich, Browne, dan Britt (2016) terhadap 61 mahasiswa usia 17-20 tahun di salah satu universitas elit di India yang mayoritas berjenis kelamin wanita, mereka menemukan bahwa tingkat *entertainment social* memiliki korelasi positif dengan *extraversion*, tingkat *intense-personal* memiliki korelasi positif dengan *neuroticism*, walau tidak signifikan.

Peneliti telah melakukan wawancara terhadap 17 remaja penggemar BTS di Bandung dan didapati bahwa tiap remaja memiliki pemikiran, perasaan, dan cara bertindak yang bervariasi atas pengidolaan mereka terhadap BTS. Berdasarkan wawancara tersebut didapat hasil bahwa jumlah penggemar BTS kurang lebih berjumlah 1000-2000 orang di Bandung dan mayoritas berada di usia remaja. Kegiatan yang mereka lakukan hingga saat ini diantaranya mengadakan *gathering* rutin untuk saling berbagi informasi mengenai kabar terbaru BTS atau khususnya ketika salah satu anggota BTS berulang tahun mereka akan berkumpul di merayakan ulang tahun salah satu anggota BTS tersebut bersama. Sebanyak 88,2% masih aktif mengikuti informasi mengenai aktivitas dan kabar terbaru dari BTS. Usaha yang pernah mereka lakukan untuk idola mereka diantaranya rela untuk menghabiskan kuota mereka hanya untuk *browsing* mengenai idola, berebut membeli untuk menonton film perdana idolanya, menabung serta pergi sendiri ke kota tertentu untuk menonton konser idola,

membuat banyak akun *twitter* dan rela *online* sampai subuh untuk *vote* idolanya agar idola menang, dan menabung untuk pergi ke Korea demi bertemu serta bisa *selfie* dengan idolanya. Mereka masih aktif membeli *merchandise*, menonton konser, mendatangi *fansign*, membeli album, *download video*, *streaming music video*, membeli *goodies* dan mencari tahu banyak informasi tentang BTS yang dapat diperoleh dari berbagai sosial media seperti *instagram*, *line*, *twitter* maupun sumber lain yang bisa digunakan untuk mendapatkan informasi dan tambahan pengetahuan tentang BTS. Hal-hal tersebut merupakan gambaran bentuk pengidolaan atau *celebrity worship* pada penggemar di Bandung terhadap BTS.

Lebih jauh lagi, beberapa penggemar tidak hanya aktif dalam mencari informasi. Penggemar juga saling berinteraksi dengan sesama penggemar maupun non-penggemar BTS dan mereka akan membela idola mereka apabila ada penggemar lain yang memberikan komentar negatif terhadap idola mereka di media sosial dalam bentuk ancaman atau hinaan. Mereka menyuarakan tekad untuk selalu mendukung idola mereka dalam keadaan apapun. Mereka juga berkehendak marah ketika ada yang menghina atau menjelek-jelekkkan idolanya. Hal ini bahkan bisa menjadi *fan war* dengan penggemar dari idola lain. Sebanyak 58,82% remaja merasa hampa, resah, gelisah, penasaran, dan merasa tertinggal apabila tidak mengikuti kabar terbaru dari BTS. Sebanyak 41,14% remaja merasa cemburu apabila idolanya dekat dengan selebriti tertentu dan 90% remaja akan merasa marah, kesal, kecewa, serta membela idola mereka apabila idola mereka dihina atau dijelek-jelekkkan orang lain. Sebanyak 82,4% remaja menganggap bahwa idola mereka telah menjadi salah satu sosok yang penting dalam hidup mereka, mereka menganggap idola mereka seperti seorang sahabat, motivator, inspirator, penyemangat, dan ada juga yang menganggap idola mereka sebagai penolong ketika mengalami stres, depresi, dan masalah sosial seperti *bullying*. Sebanyak 82,3% remaja merasa bahwa mereka memahami idola mereka, merasa memiliki kesamaan dengan idola mereka, ikut merasakan apa yang dirasakan oleh idola mereka, dan

merasa bahwa idola mereka juga dapat memahami mereka lewat lagu-lagunya. Mereka merasa memiliki hubungan yang khusus dengan idola mereka tersebut, seperti mereka dapat memahami apa yang dipikirkan atau apa yang akan dilakukan idola mereka. Beberapa dari mereka juga merasa bahwa idola mereka tersebutlah yang paling memahami mereka. Berdasarkan hasil survei awal, didapati gambaran sementara bahwa tingkat pengidolaan remaja penggemar BTS di Bandung berada di tingkat *intense personal* dimana mereka aktif mencari informasi mengenai BTS, merasa resah jika tidak mendapatkan kabar terbaru BTS, merasakan empati atas apa yang terjadi pada idola mereka, dan merasakan adanya hubungan khusus dengan BTS baik sebagai sahabat, penolong, atau seseorang yang teramat dekat dengan mereka.

Responden yang merasakan adanya kedekatan yang khusus dengan idola, dan sampai rela mengorbankan sesuatu untuk idolanya, cenderung sering merasakan cemas, mengasihani diri sendiri, *moody*, emosional, sering merasakan emosi negatif seperti marah, kesal, jengkel, dan rentan mengalami stres, lebih tertutup, kurang suka bersosialisasi kurang aktif dalam berbagai kegiatan, dan kurang dapat membangkitkan semangat orang-orang di sekitar mereka, serta kurang menghargai waktu, dibandingkan dengan responden yang keterlibatan dan pengidolaannya lebih rendah. Namun mereka cenderung adalah orang yang kreatif, imajinatif, penuh dengan rasa ingin tahu, ingin eksplorasi banyak hal, dan menyukai hal-hal yang bervariasi. Mereka juga murah hati, tidak mementingkan diri sendiri, menerima lingkungan sosialnya sebagaimana mereka adanya, dan senang menolong. Berdasarkan hasil survei awal diatas, didapati gambaran sementara bahwa penggemar BTS di Bandung mayoritas memiliki kecenderungan *trait* kepribadian *neuroticism* yang tinggi, *trait extraversion* yang rendah, *trait conscientiousness* yang rendah, *trait openness to experiences* yang tinggi, dan *trait agreeableness* yang tinggi.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Bandung dengan judul “Pengaruh *Trait* Kepribadian Terhadap Masing-Masing Tingkat *Celebrity Worship* pada Remaja Penggemar BTS di Bandung”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti ingin mengetahui pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Bandung.

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah ingin melihat gambaran yang lebih rinci dan mendalam mengenai pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai seberapa besar pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Bandung.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

- 1) Menambah wawasan di bidang psikologi perkembangan, psikologi sosial, maupun psikologi klinis mengenai pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship*, khususnya pada remaja penggemar BTS di Bandung.

- 2) Memberikan masukan bagi peneliti lain yang memiliki minat untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh *trait* kepribadian terhadap masing-masing tingkat *celebrity worship*.

#### 1.4.2. Kegunaan Praktis

- 1) Memberikan wawasan bagi remaja penggemar BTS mengenai keunikan diri mereka ditinjau dari *trait* yang dimiliki.
- 2) Membantu remaja penggemar BTS untuk merefleksi serta mengevaluasi diri berkaitan dengan fenomena *celebrity worship*, khususnya yang mengarah pada *borderline-pathological*.
- 3) Memberikan informasi bagi orang tua, guru, teman sebaya, dan institusi yang bergerak dalam pengembangan remaja mengenai keunikan remaja penggemar BTS ditinjau dari *trait* yang dimilikinya agar dapat menerapkan cara yang lebih efektif dalam membantu pengembangan diri remaja atau membantu remaja dalam mengatasi dampak negatif dari *celebrity worship*.

#### 1.5. Kerangka Pikir

Menurut Santrock (2007), masa remaja merupakan masa transisi dalam rentang kehidupan manusia yang menghubungkan masa kanak-kanak dan masa dewasa yang dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun. Menurut Havighurst dalam Santrock (2007), salah satu tugas perkembangan remaja diantaranya adalah belajar memiliki peran sosial yang matang sesuai jenis kelamin. Pada masa ini, remaja juga sedang dalam proses mencari identitas. Masyarakat menjadi tempat bagi mereka untuk memainkan peran yang substansial dalam upaya mereka membentuk identitas (Erikson dalam Feist & Feist, 2010). Salah satu selebriti yang paling banyak diidolakan saat ini adalah *boyband* yang berasal dari Korea Selatan, yaitu BTS. Penggemar

BTS mayoritas berada di kalangan remaja. Remaja penggemar BTS di Bandung menjadikan BTS sebagai sosok yang bisa membantu mereka untuk mengenali dan mengembangkan identitas mereka, selain itu pengaguman atau pengidolaan remaja terhadap *boyband* ini dapat mengarah pada adanya perasaan dan hubungan khusus dan bersifat satu arah dari remaja terhadap selebriti idolanya.

Bentuk kekaguman dan hubungan satu arah yang dimiliki penggemar BTS di Bandung terhadap idolanya ini dinamakan *celebrity worship*. Menurut McCutcheon, Lange, dan Houran (2002), *celebrity worship* merupakan hubungan parasosial atau satu arah yang dibangun oleh individu terhadap selebriti yang didorong oleh *psychological absorption* (delusi akan hubungan yang actual dengan selebriti idola) dan *addiction* (adanya kebutuhan untuk terlibat dan memiliki hubungan yang semakin lama semakin kuat dengan selebriti idola). *Celebrity worship* terdiri dari tiga tingkat yaitu *entertainment social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*.

*Entertainment-social* merupakan tingkat paling awal dimana keterlibatan penggemar BTS di Bandung dengan idolanya bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan terhadap bakat, sikap, perilaku, dan hal yang telah dilakukan *boyband* BTS tersebut. Penggemar BTS di Bandung mengidolakan BTS karena wajah personilnya yang tampan, suara dan tariannya yang bagus, lirik yang disampaikan bermakna, atau hal lainnya yang menurut penggemar BTS di Bandung memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam hidup mereka. Pada tingkat ini, penggemar BTS di Bandung secara aktif mencari informasi mengenai BTS dengan penggunaan media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *youtube*, dan media lainnya. Pada tingkat ini individu juga senang untuk membahas berbagai hal tentang BTS dengan orang sekitarnya atau dengan orang lain yang juga mengidolakan BTS. Alasan lain individu mengidolakan dan mencari tahu berbagai informasi mengenai BTS adalah untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial yang

mayoritas mengidolakan BTS atau untuk lari dari realitas hidupnya yang menjenuhkan atau tidak sukainya seperti jenuh karena kewajiban-kewajiban di sekolah, kuliah, atau masalah hidup yang sedang individu tersebut alami (*fantasy-escape from reality*).

Pada *intense-personal*, pengidolaan penggemar BTS di Bandung semakin dalam terhadap BTS. Individu tidak hanya mengagumi, mencari informasi, dan membicarakan idola tersebut dengan teman-temannya, lebih dari itu pada tingkat ini mereka mulai memiliki perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap BTS dan hampir mendekati perasaan obsesif. Individu menghabiskan waktu berjam-jam untuk mencari tahu informasi apapun tentang BTS. Pada tingkat ini individu memiliki obsesi terhadap segala hal yang berhubungan dengan BTS dimana individu tersebut cenderung mengarah ke impulsif dan kompulsif terhadap segala hal yang berhubungan dengan BTS. Jika dalam sehari individu tidak tahu atau tidak mencari tahu kabar tentang idolanya, maka individu tersebut akan merasa hampa, gelisah, dan terus memikirkan idolanya. Rasa empati yang dirasakan penggemar BTS di Bandung terhadap BTS membuatnya merasa memiliki ikatan khusus dengan idolanya bahkan ikut merasakan apa yang dirasakan idolanya tersebut. Individu tersebut akan ikut merasa sedih jika salah satu personil BTS mengalami kegagalan atau kesulitan, dan akan sangat peduli terhadap apapun yang terjadi pada idolanya, bahkan membela BTS jika ada orang lain yang menghina idola mereka.

Tingkat yang paling ekstrim adalah *borderline-pathological* dimana keterlibatan penggemar dengan BTS di Bandung sudah berada pada tingkat yang patologis. Penggemar BTS di Bandung mulai memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Pada tingkat ini, mereka rela melakukan apapun demi BTS meskipun melakukan hal tersebut dapat beresiko melanggar hukum, seperti menyakiti orang lain, atau bahkan dirinya sendiri. Mereka juga mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan salah satu atau beberapa personil BTS yang diidolakannya tersebut.

Ditinjau dari kepribadiannya, karakteristik atau ciri khas kepribadian masing-masing individu akan memengaruhi tingkat *celebrity worship* yang dimiliki individu tersebut. Allport (dalam Feist & Feist, 2010) mengartikan kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisik dalam individu yang turut menentukan cara-caranya yang unik dan khas dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Menurut Allport (dalam Feist, 2010), *trait* adalah kunci dalam mendefinisikan struktur kepribadian. *Trait* individu menunjukkan pola konsisten dalam menentukan cara individu berpikir, merasa, dan bertindak laku (Pervin, 2005, dalam Edwina, 2012). *Trait* merupakan unit fundamental dari kepribadian yang dimiliki penggemar BTS, yang memengaruhi penggemar BTS di Bandung dalam berpikir, merasa, atau bertindak laku atas pengidolaannya terhadap BTS. Teori yang berkembang saat ini adalah teori kepribadian *big five* dari McCrae dan Costa. McCrae dan Costa (dalam Feist, 2010) mengungkapkan adanya lima *trait*, yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experiences*. *Trait-trait* ini akan menentukan pola interaksi yang terjadi pada remaja, baik dalam hal bagaimana remaja menghayati/merespon/bertindak laku dengan situasi lingkungan di sekitarnya (Edwina, 2012).

Menurut Maltby, Lowinger, dan McCutcheon (2011), tingkat *entertainment-social* memiliki korelasi positif dengan *extraversion* dan tingkat *intense-personal* memiliki korelasi positif dengan *neuroticism*. Menurut McCutcheon, Rich, Brown, dan Britt (2016), tingkat *entertainment social* memiliki korelasi positif dengan *extraversion*, tingkat *intense-personal* memiliki korelasi positif dengan *neuroticism*, walau tidak signifikan. Menurut Raviv dkk (1996), individu yang berada di tingkat *entertainment-social* cenderung berusaha mencari penerimaan dengan cara mengembangkan relasi sosial mereka teman sebaya mereka dengan membahas berbagai hal mengenai idola mereka, yang mengarah pada *trait extraversion* yang tinggi. Sedangkan individu yang berada di tingkat *intense-personal* cenderung lebih menutup

diri, memiliki keterampilan sosial, serta memiliki relasi yang kurang bermakna dengan orang sekitarnya, mereka juga memberikan fokus dan perhatian mereka pada idola mereka, yang mengarah pada *trait extraversion* rendah, *trait conscientiousness* yang tinggi, dan *trait neuroticism* yang tinggi.

*Extraversion* (E), individu dengan skor tinggi cenderung penuh kasih sayang, ceria, senang berbicara, senang berkumpul, dan menyenangkan. Sebaliknya, individu dengan skor E yang rendah biasanya tertutup, pendiam, penyendiri, pasif, dan tidak mempunyai cukup kemampuan untuk mengekspresikan emosi yang kuat.

Pada tingkat *entertainment-social*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait extraversion* yang tinggi memiliki tingkat *entertainment-social* yang tinggi. Individu terbuka untuk berbagi pikiran dan perasaannya mengenai BTS dengan teman-temannya terutama yang juga sama-sama menyukai BTS, individu mampu mengekspresikan emosinya dengan cara mengekspresikan kekagumannya atas kelebihan BTS seperti wajah mereka yang tampan atau bakat menyanyi dan menari mereka, individu juga dapat mengekspresikan kekecewaannya atas hal buruk yang terjadi pada BTS kepada orang-orang sekitarnya dengan ekspresi marah atau sedih, individu tersebut juga senang bersosialisasi dan berkumpul dengan sesama penggemar BTS di Bandung untuk sekedar berbagi *update* terbaru dari BTS, bertukar *merchandise*, atau menonton konser bersama.

Pada tingkat *intense-personal*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait extraversion* yang rendah memiliki tingkat *intense-personal* yang tinggi. Individu semakin banyak menghabiskan waktunya untuk *browsing*, atau mencari tahu berbagai informasi dan kabar terbaru mengenai BTS dan membuatnya mengabaikan relasi sosial dengan orang-orang nyata di sekitarnya, dan mengiring individu tersebut menjadi lebih tertutup, sulit bergaul dengan teman-teman nyatanya, dan lebih banyak membangun hubungan parasosial dengan idolanya yaitu BTS.

Pada tingkat *borderline pathological*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait extraversion* yang rendah memiliki tingkat *borderline-pathological* yang tinggi. Individu lebih banyak menghabiskan waktunya dengan berfantasi mengenai dirinya dengan idolanya, hubungan parasosial yang dibangun oleh individu semakin dalam dengan BTS, sehingga individu sudah merasakan kepuasan dengan hubungan parasosial yang dimilikinya dengan idolanya tersebut, bahkan selain tenggelam dalam fantasinya, pengidolaan yang semakin dalam tersebut membuat individu rela melakukan apapun demi BTS. Hal ini memungkinkan individu lebih mengutamakan BTS lebih dari orang-orang di sekitarnya dan menjadikannya pribadi tertutup pada orang lain.

*Agreeableness* (A), individu dengan skor tinggi cenderung mudah percaya, murah hati, pengalah, mudah menerima, dan memiliki perilaku yang baik. Sedangkan individu dengan skor A yang rendah cenderung penuh curiga, pelit, tidak ramah, mudah kesal, dan penuh kritik terhadap orang lain.

Pada tingkat *entertainment social*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait agreeableness* yang tinggi, memiliki tingkat *entertainment-social* yang tinggi. Jika individu mau berbagi perasaan, pemikiran, ataupun berbagi informasi yang ia ketahui mengenai BTS kepada teman-temannya berarti individu masih memiliki kepercayaan kepada temannya tersebut, pada tingkat ini individu juga masih memiliki sikap yang hangat dan ramah kepada orang sekitarnya karena hubungan parasosialnya dengan BTS juga belum begitu dalam sehingga masih dapat membangun hubungan yang baik dengan orang-orang sekitarnya.

Pada tingkat *intense-personal*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait agreeableness* yang rendah memiliki tingkat *intense-personal* yang tinggi. Individu mudah merasa curiga pada orang lain, tidak ramah, mudah kesal, dan penuh kritik khususnya pada orang-orang yang tidak menyukai idolanya. Individu akan menunjukkan sikap permusuhan pada orang lain yang menghina idolanya karena pada tingkat ini keterlibatan individu dengan

BTS semakin dalam, sehingga akan terbentuk empati yang lebih dalam pada idolanya tersebut.

Pada tingkat *borderline-pathological*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait agreeableness* yang rendah memiliki tingkat *borderline-pathological* yang tinggi. Seperti pada tingkat *intense-personal*, individu mudah merasa curiga pada orang lain, tidak ramah, mudah kesal, dan penuh kritik khususnya pada orang-orang yang tidak menyukai idolanya. Individu akan menunjukkan sikap permusuhan pada orang lain yang menghina idolanya karena pada tingkat ini keterlibatan individu dengan BTS semakin dalam, sehingga akan terbentuk empati yang lebih dalam pada idolanya tersebut. Namun pada tingkat ini, perilakunya semakin irasional, dan tidak hanya memusuhi, tapi dapat juga menyakiti orang yang menghina idolanya tersebut seperti mencakar, memukul, atau melakukan tindakan ilegal lainnya.

*Conscientiousness* (C), individu dengan skor tinggi biasanya pekerja keras, berhati-hati, tepat waktu, dan mampu bertahan. Sebaliknya, individu dengan skor C yang rendah cenderung tidak teratur, ceroboh, pemalas, tidak memiliki tujuan, dan lebih mungkin menyerah saat mulai menemui kesulitan dalam mengerjakan sesuatu.

Pada tingkat *entertainment social*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *conscientiousness* yang tinggi memiliki tingkat *entertainment-social* yang tinggi. Karena keterlibatan individu dengan BTS belum begitu dalam, maka individu masih memiliki kesadaran untuk menjalankan kegiatan sehari-harinya dengan produktif, individu masih dapat mengatur waktunya dengan menyediakan waktu untuk mencari informasi dan menikmati karya-karya BTS tapi tetap dalam jangka waktu yang sewajarnya. Individu masih memperhatikan kewajibannya yang lain seperti belajar untuk ujian di sekolah atau di perkuliahannya, masih mengatur waktu tidurnya agar bisa berangkat ke sekolah atau kampus tepat waktu esok harinya.

Pada tingkat *intense-personal*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait conscientiousness* yang rendah memiliki tingkat *intense-personal* yang tinggi. Pada tingkat ini, keterlibatan individu dengan idolanya, BTS, semakin dalam. Maka waktu yang disediakan individu demi mencari berbagai informasi mengenai BTS atau menikmati karya-karya BTS akan lebih lama. Karena obsesinya yang semakin tinggi pada BTS, maka individu rela mengorbankan waktu belajar, waktu tidur, dan kewajibannya yang lain hanya demi BTS. Sehingga keseharian individu menjadi kurang produktif, individu dapat kekurangan waktu tidur, yang dapat mengakibatkannya bangun kesiang dan terlambat ke sekolah atau ke kampus atau juga nilai akademiknya menurun karena waktu belajarnya digunakan untuk berbagai hal mengenai BTS.

Pada tingkat *borderline-pathological*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait conscientiousness* yang rendah memiliki tingkat *borderline-pathological* yang tinggi. Pada tingkat ini, keterlibatan individu semakin dalam dengan BTS dan individu mulai bertindak kompulsif serta irasional yang artinya individu dapat benar-benar mengabaikan hal-hal yang seharusnya menjadi fokus dan tanggung jawabnya, individu juga tidak dapat mengatur hidupnya sebagaimana seharusnya karena fokus dan tujuan hidup individu hanya berkaitan dengan BTS, yang mungkin terkesan tidak rasional.

*Neuroticism* (N), individu dengan skor tinggi cenderung penuh kecemasan, temperamental, mengasihani diri sendiri, sangat sadar akan dirinya sendiri, emosional, dan rentan terhadap gangguan yang berhubungan dengan stres. Individu dengan skor N yang rendah biasanya tenang, tidak temperamental, puas terhadap diri sendiri, dan tidak emosional.

Pada tingkat *entertainment-social*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait neuroticism* yang rendah memiliki tingkat *entertainment-social* yang tinggi. Individu tidak merasa khawatir apabila di waktu tertentu tidak mendapatkan kabar terbaru dari BTS. Individu juga tidak gelisah dengan mengecek sosial media setiap menitnya hanya demi

mengetahui kabar terbaru dari BTS. Individu juga masih dapat merasa tenang dan puas terhadap dirinya, terhadap relasinya dengan orang-orang sekitarnya karena pengidolaannya terhadap BTS masih dalam tingkat yang sewajarnya.

Pada tingkat *intense-personal*, penggemar BTS di Bandung dengan *trait neuroticism* yang tinggi memiliki tingkat *intense-personal* yang tinggi. Individu akan semakin merasa cemas dan tidak tenang apabila tidak mengetahui kabar terbaru dari idola mereka, individu mulai mengalami stres karena terlalu sering memikirkan idola mereka karena keterlibatan individu dengan BTS semakin dalam. Individu merasa tidak puas jika sehari saja tidak mendapatkan apa-apa berkaitan dengan idolanya. Individu lebih mudah merasa murung, sedih, tidak puas akan hidupnya, dan kecewa jika mendapatkan kabar yang tidak ia sukai mengenai BTS.

Pada tingkat *borderline-pathological*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait neuroticism* yang tinggi memiliki tingkat *borderline pathological* yang tinggi. Pada tingkat ini, individu semakin terobsesi dengan BTS. Individu juga semakin tenggelam dengan dalam fantasinya dengan BTS yang dapat membuat individu merasakan emosi sedih, marah, kecewa, hampa, tertekan yang sifatnya berlebihan dan merugikan kesejahteraan psikologis individu, dan hal tersebut dapat juga merugikan orang lain misalnya karena kekecewaannya tidak bisa memiliki BTS, individu menyakiti siapapun yang dapat dekat dengan BTS seperti selebriti wanita atau lainnya misalnya melalui *cyber-bullying*.

*Openness to experiences* (O), individu dengan skor tinggi cenderung kreatif, imajinatif, penuh rasa penasaran, terbuka, dan lebih memilih variasi. Sedangkan individu dengan skor O yang rendah biasanya konvensional, rendah hati, konservatif, dan tidak terlalu penasaran terhadap sesuatu.

Pada tingkat *entertainment-social*, penggemar BTS yang memiliki *trait openness to experiences* yang tinggi memiliki tingkat *entertainment social* yang tinggi. Masih memiliki

pikiran yang terbuka untuk belajar hal baru, mengeksplorasi hal baru yang bermanfaat bagi hidup mereka, dan tidak hanya terpaku pada idola mereka. Mereka juga tetap memiliki kekreatifan dan imajinasi yang digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat bagi hidupnya dan tidak selalu mengenai BTS.

Pada tingkat *intense-personal*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait openness to experiences* yang tinggi memiliki tingkat *intense-personal* yang tinggi. Pada tingkat ini, rasa penasaran yang dimiliki pada BTS semakin tinggi, individu akan mencari berbagai informasi dari berbagai sumber, penasaran dengan berbagai opini dari orang-orang mengenai BTS, dan terbuka untuk mengeksplorasi berbagai media sosial hanya untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan dalam mengenai BTS. Pada tingkat ini, imajinasi dan kekreatifan individu semakin terbentuk karena individu membangun hubungan parasosialnya semakin dalam dengan BTS yang dapat mengiring individu untuk berfantasi mengenai dirinya dan BTS.

Pada tingkat *borderline-pathological*, penggemar BTS di Bandung yang memiliki *trait openness to experiences* yang tinggi memiliki tingkat *borderline-pathological* yang tinggi. Individu mulai memiliki rasa penasaran yang terlalu tinggi serta memiliki daya imajinatif yang semakin tinggi dimana individu merasakan adanya hubungan khusus dengan BTS, individu mulai berfantasi hal-hal yang irasional seperti menjadi seseorang yang dekat dengan BTS atau seakan-akan menjadi bagian dari BTS itu sendiri.

Selain kepribadian, beberapa faktor lain yang juga memengaruhi *celebrity worship* adalah faktor usia, jenis kelamin, faktor kognitif, faktor kedekatan dengan orang tua maupun teman sebaya, dan faktor kepribadian.

Berdasarkan usia, *celebrity worship* atau pengidolaan terhadap selebriti sebagai seorang idola merupakan hal yang normal pada masa remaja (Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, dan Ashe, 2004). Menurut McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (2002) *celebrity*

*worship* mencapai puncaknya pada usia remaja, dan menurun perlahan pada usia dewasa. *Celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Bandung berada di puncaknya dan akan semakin berkurang seiring bertambahnya usia. Hal ini dikarenakan pada usia remaja kemandirian emosional remaja sedang meningkat dan kedekatan dengan orang tua berkurang, sehingga hubungan parasosial yang dibangun dengan selebriti idolanya juga meningkat (Giles & Maltby, 2004).

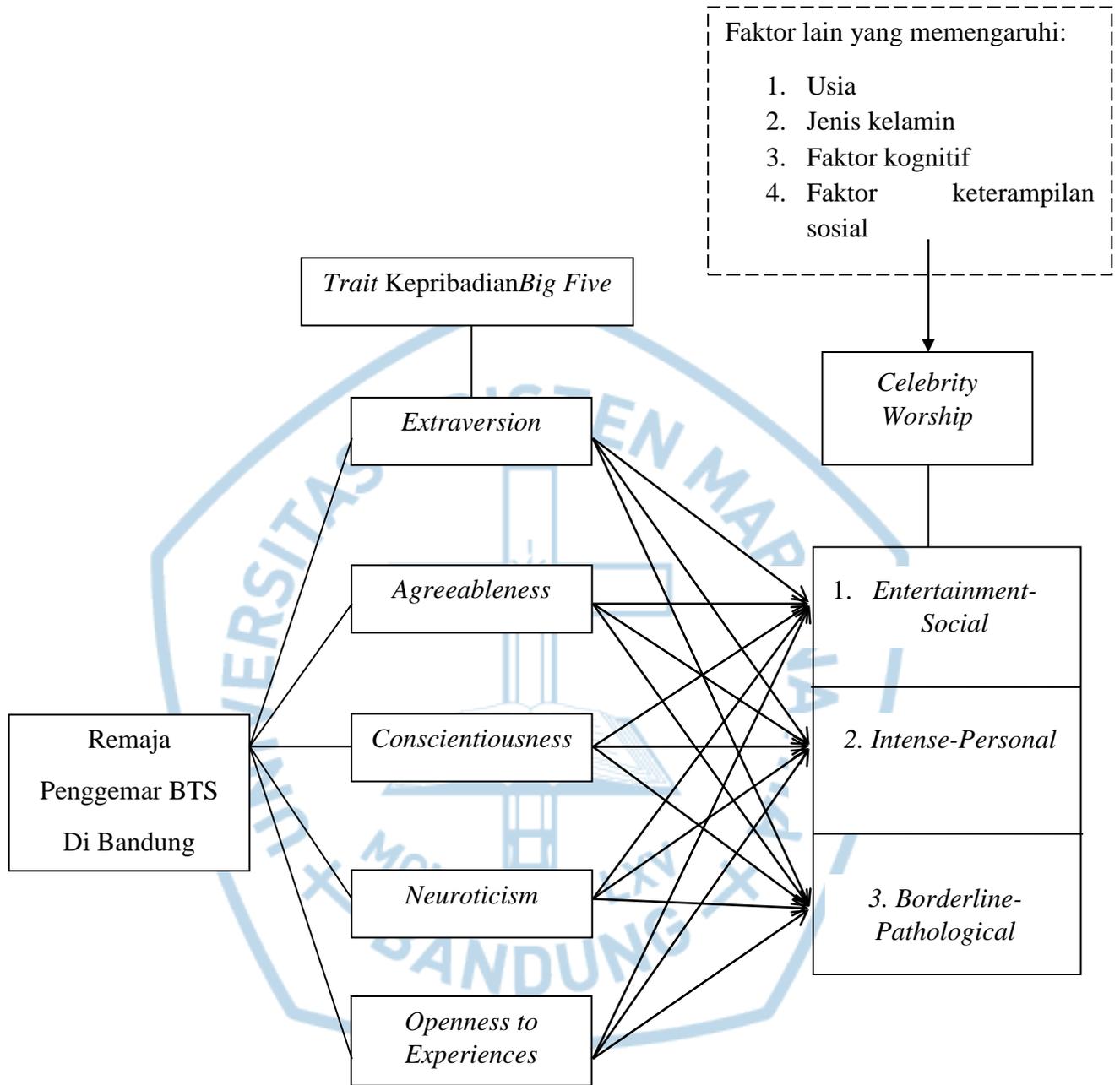
Berdasarkan jenis kelamin, menurut McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (2002), laki-laki lebih cenderung mengidolakan selebriti perempuan, sedangkan perempuan cenderung memilih selebriti laki-laki sebagai idolanya. Menurut Raviv dkk. (1996) menyatakan bahwa *celebrity worship* lebih banyak dialami oleh wanita daripada laki-laki. BTS yang semua personilnya adalah laki-laki, maka mayoritas penggemarnya, termasuk yang berada di Bandung adalah remaja perempuan.

Berdasarkan faktor kognitif, menurut McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (2002), individu dengan fungsi kognitif yang lebih tinggi terlindungi dari *celebrity worship* dengan beberapa alasan, yaitu individu tersebut dapat memahami bahwa selebriti pada dasarnya dirancang untuk menjual produk, lebih tertarik pada ide-ide daripada sosok dan kepribadian selebriti tersebut, atau mungkin individu merasa sama berbakatnya atau mungkin lebih berbakat dari selebriti yang dipromosikan oleh media. Semakin tinggi kemampuan kognitif individu maka tingkat *celebrity worship* yang dimiliki remaja individu semakin rendah. Remaja penggemar BTS di Bandung yang memiliki fungsi kognitif lebih tinggi, atau sudah berada di jenjang pendidikan yang lebih tinggi, maka kemampuan berpikirnya juga akan semakin berkembang, daya pikir rasionalnya semakin meningkat, dan tingkat pemahamannya sudah semakin meningkat, sehingga cenderung tingkat *celebrity worship*-nya akan semakin rendah, karena individu tersebut sudah mulai memahami bahwa para personil BTS pada dasarnya juga memiliki kelebihan dan kekurangannya, *image* BTS dirancang agar semakin

banyak menarik penggemar, individu lebih menghargai ide-ide seperti pesan dari lagu-lagu BTS, atau karya-karya positif BTS, daripada sosok beserta kehidupan pribadi personel BTS itu sendiri, atau individu sudah mulai dapat memahami bahwa ia bisa saja sama berbakatnya atau bahkan lebih berbakat dari personel BTS yang diidolakannya.

Berdasarkan faktor keterampilan sosial, menurut McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (2002), individu dengan ketrampilan sosial yang buruk menganggap *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata. Hal ini dikarenakan faktor kedekatan dengan orang tua dan kedekatan dengan teman sebaya. Giles dan Maltby (2004) menemukan bahwa semakin rendah kedekatan individu dengan orang tua maka semakin tinggi hubungan parasosial yang dibangun individu dengan selebriti idolanya, namun sebaliknya dengan teman sebaya, semakin tinggi kedekatan individu dengan teman-teman sebayanya maka hubungan parasosial yang dibangun individu dengan selebriti idolanya semakin tinggi. Semakin rendah kedekatan penggemar BTS di Bandung dengan orang tuanya maka tingkat *celebrity worship* terhadap BTS akan semakin tinggi, hal ini dikarenakan selebriti mengambil alih peran yang seharusnya diberikan oleh orang tua dimana orang tua seharusnya memberikan rasa aman, kebahagiaan, dan kepenuhan bagi individu. Untuk kedekatan dengan teman sebaya, semakin tinggi kedekatan penggemar BTS di Bandung dengan teman-teman sebayanya maka tingkat *celebrity worship* terhadap BTS juga akan semakin tinggi. Penggemar BTS di Bandung yang sering bersosialisasi dengan teman-temannya sambil membahas berbagai hal tentang BTS baik tentang kelebihan BTS, mengapa mereka menyukai BTS, betapa menginspirasi BTS bagi mereka, hal tersebut akan meningkatkan hubungan parasosial individu dengan BTS.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menuangkan gambaran penjelasan yang ada ke dalam bagan kerangka pikir berikut:



Bagan 1.1. Bagan Kerangka Pikir

## 1.6 Asumsi penelitian

- 1) *Celebrity worship* terjadi pada individu di usia remaja.
- 2) Salah satu faktor yang memengaruhi *celebrity worship* adalah kepribadian.
- 3) Masing-masing *trait* kepribadian memiliki pengaruh pada masing-masing tingkat *celebrity worship*.

## 1.7 Hipotesis Penelitian

- 1) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian secara simultan terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 2) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *extraversion* terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 3) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *agreeableness* terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 4) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *conscientiousness* terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 5) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *neuroticism* terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 6) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *openness to experiences* terhadap tingkat *entertainment-social*.
- 7) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian secara simultan terhadap tingkat *intense-personal*.
- 8) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *extraversion* terhadap tingkat *intense-personal*.
- 9) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *agreeableness* terhadap tingkat *intense-personal*.
- 10) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *conscientiousness* terhadap tingkat *intense-personal*.
- 11) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *neuroticism* terhadap tingkat *intense-personal*.
- 12) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *openness to experiences* terhadap tingkat *intense-personal*.

- 13) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian secara simultan terhadap tingkat *borderline-pathological*.
- 14) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *extraversion* terhadap tingkat *borderline-pathological*.
- 15) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *agreeableness* terhadap tingkat *borderline-pathological*.
- 16) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *conscientiousness* terhadap tingkat *borderline-pathological*.
- 17) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *neuroticism* terhadap tingkat *borderline-pathological*.
- 18) Terdapat pengaruh *trait* kepribadian *openness to experiences* terhadap tingkat *borderline-pathological*.

